

ACCOMPAGNER, DEVELOPPER, CREER ... LES COMPETENCES

INTEGRER LES MEDIAS SOCIAUX A SA STRATEGIE MARKETING

➤ OBJECTIFS

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Etablir les objectifs et les modalités d'une création de communauté
- Identifier les réseaux adaptés aux cibles et objectifs
- Repérer les points faibles et point forts d'une communauté
- Capitaliser sur les outils de ciblage et de suivi

➤ PROGRAMME

➤ LA REVOLUTION DIGITALE

Une révolution des usages

Le digital bouleverse des secteurs économiques entiers

Les impacts durables de la révolution digitale

➤ L'ENGAGEMENT MARKETING

L'avènement du consomm'acteur

La réponse des marques : le brand content

Les 3 leviers de l'engagement marketing

Do and Don't et indicateurs clés

➤ LES MEDIAS SOCIAUX

L'impact des réseaux sociaux

Panorama des réseaux sociaux

Les enjeux de la e-réputation

Deux cas exemplaires de stratégies de marques sur les médias sociaux

➤ STRATEGIE DE MARQUE SUR FACEBOOK

Les objectifs d'une stratégie sur Facebook

Recommandation pour la création d'une stratégie de marque sur Facebook

Comment mesurer ?

➤ LINKEDIN VIADEO TWITTER

Approche des trois plateformes

Durée (j/h)	Publics	Pré-requis	Méthodes pédagogiques	Modalités pédagogiques	Prix net
2jours/ 14 heures	Personne en charge de la communication et du marketing	Savoir utiliser un ordinateur	Active et participative	Présentiel Distanciel Mixte	Inter : 500€ Intra : sur devis

Sera délivrée à l'issue de la formation :

1/ une attestation de fin de formation décrivant les compétences travaillées

2/ des outils NTIC

Maj : 15/12/2021